

101年4月國際消費者保護趨勢資訊摘要表

消費者保護處彙整

編號	發布機關/ 組 織	標 題
1	日本消費者廳	建立跨境消費爭議解決機制-日本跨境消費者中心
2	日本國民生活中心	小心永久化粧會造成傷害
3	愛爾蘭國家消費者局	消費者因航空公司機位超賣遭拒絕登機的旅遊權益
4	香港消費者委員會	消委會促消費合約採納公平條款
5	香港消費者委員會	對於保險業界的一些不當銷售行為表示關注
6	韓國消費者院	消費者應小心辨識健康食品廣告
7	韓國消費者院	與巴西消費者保護處簽署備忘錄
8	美國聯邦交易委員會	在九個州秘密調查殯葬業者是否符合消費者保護法
9	英國公平交易局	年度工作重點為協助消費者及促進經濟成長

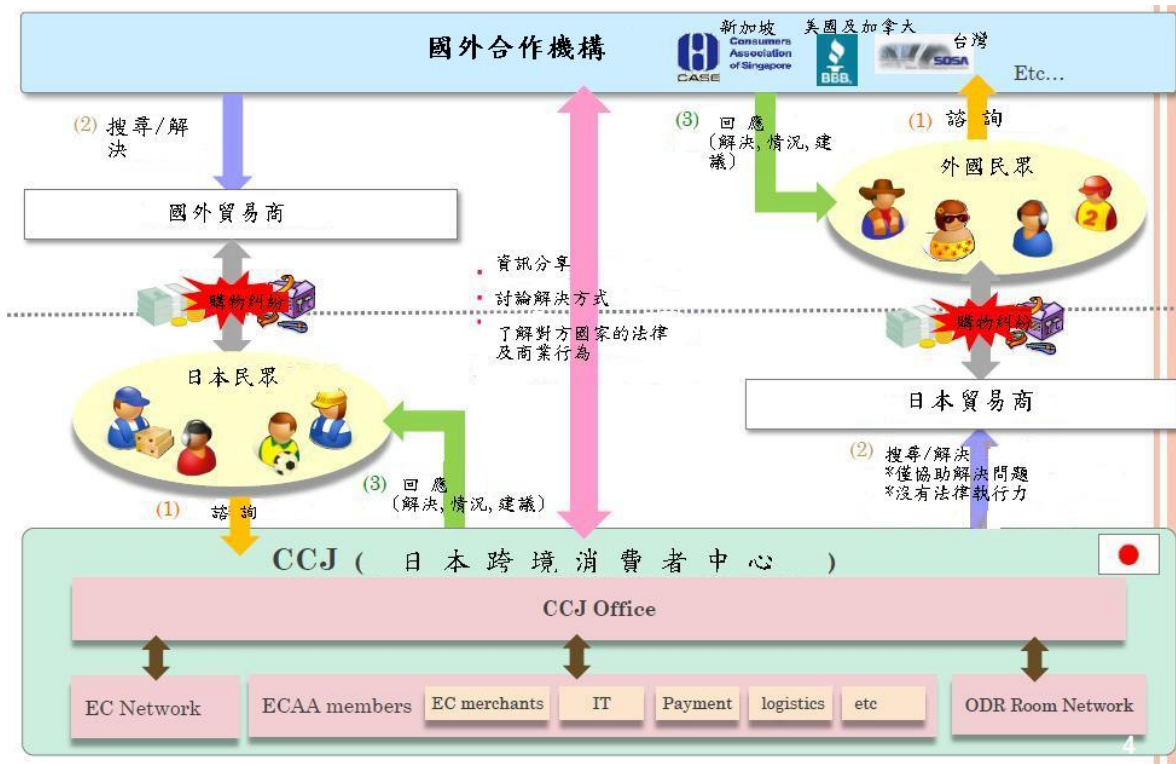
101 年 4 月國際消費者保護趨勢資訊摘要

1. 日本消費者廳 (The Consumer Affairs Agency, CAA) — 建立跨境消費爭議解決機制-日本跨境消費者中心 (07/02/2012)

日本消費者廳於 2010 年委外研究「有關跨境消費的主要爭議內容及解決方式」，發現跨境消費最主要的爭議在於：1.延宕交貨期限、2.業者交付之商品與消費者實際訂購之商品不同、3.交易雙方因語言問題無法順利溝通等。為協助日本民眾解決跨境消費問題，日本消費者廳決定設置「Cross-border Consumer center Japan 日本跨境消費者中心(CCJ)」。

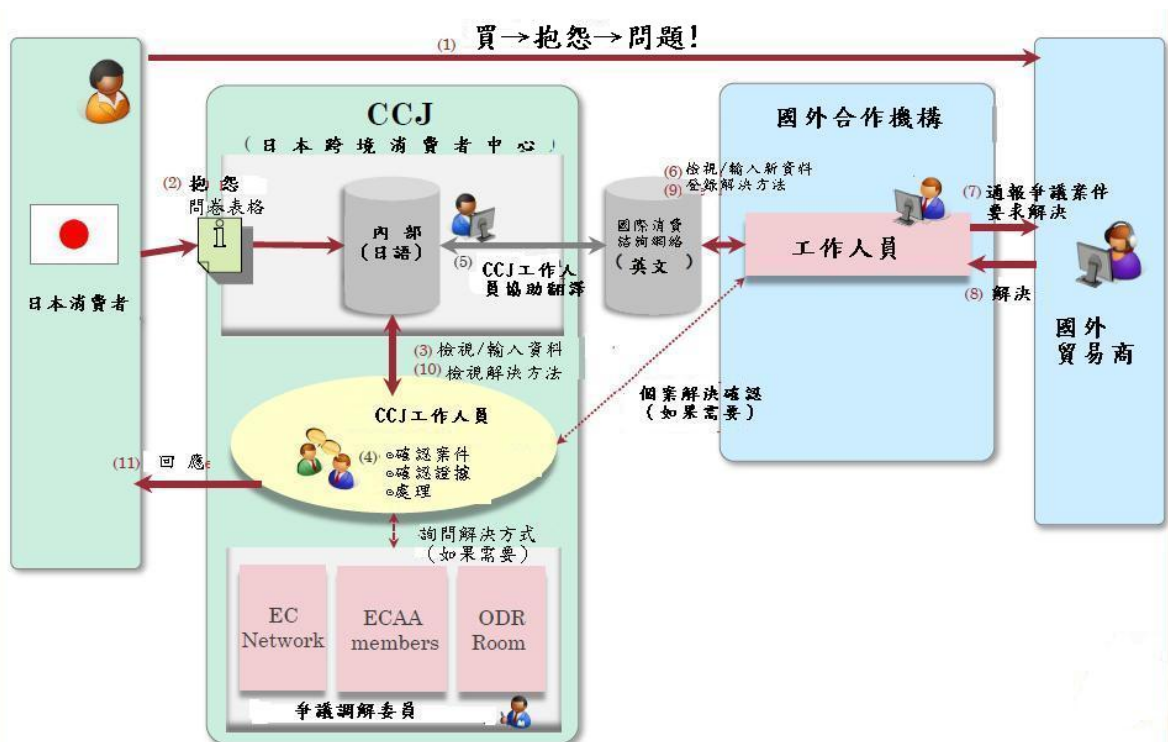
CCJ 於 2011 年 11 月 1 日正式營運，其主要工作內容包含受理日本民眾海外購物（不限於網路交易，包含面對面交易）之諮詢、爭議案件之蒐集、調查及解決。CCJ 目前已與美國及加拿大的優良企業組織（The Council of Better Business Bureau, BBB）、台灣的台北市消費者電子商務協會(Secure Online Shopping Association, SOSA)，以及新加坡消費者協會(Consumer Association Singapore)建立跨境合作機制，只要日本民眾有跨境消費糾紛，CCJ 就會商請上述民間團體蒐集相關資訊，並協助解決爭議。此外，外國民眾若與日本企業經營者有購物糾紛，也可以透過上述民間團體與 CCJ 聯繫，CCJ 亦會協助促請日本業者妥善處理。

日本跨境消費者中心 (CCJ) 之運作流程圖如下：



CCJ 於 2011 年 11 月 1 日至 2012 年 2 月 9 日共接獲 508 件消費爭議案，分析爭議類型，發現有 32% 未收到訂購的產品、24% 收到仿冒品、10% 退貨及退款爭議、9% 帳單金額結算錯誤、3% 物品瑕疵、15% 其他問題。

CCJ 之跨境消費爭議處理流程圖：



備註：國際消費諮詢網絡 (ICA-Net)，屬非政府組織之處理機制，該計畫係由全球電子商務論壇 (Global Business Dialogue on e-Society, GBDe) 於 2007 年所發起，與東亞經濟研究機構 (Economic Research Institute for ASEAN and East Asia, ERIA) 合作於 2007 年推動發展之 ICA-Net 計畫 (International Consumer Advisory Network) 模式。其計畫構想是認為跨境爭議之癥結在於語言問題，藉由 ICA-Net 提供語言翻譯，協助不同國家之消費者與企業解決語言障礙問題。

訊息來源：

1. <http://icpen.org/news/japan-establishment-of-consumer-complaints-handling-desk-crossborder-consumer-center-japan-ccj-for-consumers-who-encountered-crossborder-transaction-troubles.html>。
 2. http://www.caa.go.jp/adjustments/pdf/111101adjustments_2.pdf
 3. 日本消費者廳2012年ICPEN研討會上發佈之簡報。
2. 日本國民生活中心 (National Consumer Affairs Center of Japan) — 小心永久化粧會造成傷害 (02/2012)

永久化粧 (permanent makeup) 通常是以針將顏料注入皮膚，讓眉毛、眼線、嘴唇看起來較為漂亮。據該中心統計資料，2006 年以來累計發生 121 件傷害事件，其中 95% 的傷害事故，都是由未持有醫療執照的美容業者所進行的。

案例

- 案例 1：一位消費者聽從朋友介紹到美容院紋眉，第一階段做完後並無任何問題，但第二階段做完後皮膚開始潰爛；就醫後，皮膚科醫生說可能是使用的針頭或顏料有問題。永久

化粧就像刺青一樣是醫療行為，且所費不貲，因為臉部腫脹，消費者不得不請假休養。（30 餘歲女性，2011 年 6 月申訴傷害）

- 案例 2：一位消費者依免費廣告接受美容業者紋眼線，儘管過程中不斷喊疼痛，但服務人員仍繼續完成，然後塗上藥膏。當她表示視力模糊時，服務員卻說是因為藥膏造成的。由於疼痛且淚流不止，經求助於眼科醫生始得知眼角膜已遭傷害。（30 餘歲女性，2011 年 5 月申訴傷害）
- 案例 3：大約一週前去美容院做紋眉，美容師有說會有些腫脹，但很快就會消腫，所以也沒特別在意。事實上，在紋眉的過程中會疼痛且紅腫，看起來也很尷尬，甚至令人不敢出門。（40 餘歲女性，2010 年 11 月申訴傷害）

建議消費者

- 永久化粧是刺青的一種形式，必須在合法醫療院所進行。
- 不要接受沒有合格執照的人員進行永久化粧。
- 永久化粧雖然很快速且容易完成，但是卻需要兩倍以上的時間與金錢才能完全去除。

訊息來源：http://www.kokusen.go.jp/e-hello/data/ncac_news23_5.pdf

3. 愛爾蘭國家消費者局（National Consumer Agency）—消費者因航空公司機位超賣遭拒絕登機的旅遊權益（29/03/2012）

消費者若因航空公司機位超賣而遭拒絕登機（denied boarding），航空公司必須提供相關賠償如下：

- 替消費者安排其他機位，或於 7 日內退還機票價金；
- 提供食物、茶點、合理的免費電話、傳真及電子郵件；
- 必要時另須提供旅館，及往來旅館與機場間之交通工具。

除上開賠償外，消費者仍可因所造成之不便，按航程之遠近依下列標準向航空公司要求賠償：

- 250 歐元：1,500 公里以下者；
- 400 歐元：歐盟境內超過 1,500 公里者，或其他航程於 1,500 公里至 3,500 公里者；
- 600 歐元：3,500 公里以上者。

另外，下列情況則不適用上開之賠償條件：

- 已於 2 週前通知航班取消；
- 在原先之班機時間內提供另一航班；
- 免費搭乘或非供一般大眾之折扣票；
- 逾時報到。

愛爾蘭航空管理委員會主管該國對旅客之賠償及協助事項，從其他歐盟國家起飛之班機皆可向該會申訴。若從歐盟以外地區，搭乘歐盟航空公司所經營班機的旅客，請向落地的國家提出申訴。或以電子郵件：mail@europe-direct.cec.eu.int 詢問接受申訴的主管機關及其聯絡資訊。

【註】另依美國運輸部（Department of Transportation）對機位超賣之賠償規定（14 CFR Part 250），乘客遭航空公司拒絕登機時，航空公司應依照該部規定之書面格式，立即提供一份書面聲明予消費者，上面應記載旅客應有權益事項、賠償規定與金額、賠償金支付方式等，消費者亦可拒絕接受航空公司之賠償金，並尋求法院等其他解

決途徑。另賠償金額多寡，係依航空公司安排替代航班較原訂航班延遲之時間長短作為標準，列表如下：

◆ 美國國內線：

延遲 0 至 1 小時抵達	不賠償
延遲 1 至 2 小時抵達	單程票價之 200%(但不超過 650 美元)
延遲超過 2 小時抵達	單程票價之 400% (但不超過 1,300 美元)

◆ 國際線：

延遲 0 至 1 小時抵達	不賠償
延遲 1 至 4 小時抵達	單程票價之 200%(但不超過 650 美元)
延遲超過 4 小時抵達	單程票價之 400% (但不超過 1,300 美元)

訊息來源：

- 1、愛爾蘭國家消費者局 <http://www.nca.ie/nca/denied-boarding>
- 2、歐盟拒絕登機賠償制度 http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/protection_of_consumers/124173_en.htm
- 3、美國運輸部機位超賣規定 <http://ecfr.gpoaccess.gov/cgi/t/text/text-idx?c=ecfr;sid=6198fcdae8fed92d1cbae096f243898;rgn=dv5;view=text;node=14%3A4.0.1.1.29;idno=14;cc=ecfr#14:4.0.1.1.29.0.8.10>

4. 香港消費者委員會—促消費合約採納公平條款 (04/03/2012)

消費者委員會（消委會）在最新發表《公平條款 互利共贏》標準格式消費合約不公平條款報告，建議標準格式的消費合約，應採用公平條款及加入冷靜期保障消費者權益。涉及不公平合約條款的消費者投訴，由 2010 年的 935 件，增加 27% 至去年的 1,185 件。

報告

在報告內，消委會促請和協助業界避免使用不公平條款。報告列出 26 個在標準格式消費合約中常見的不公平條款例子，解釋其不公平之處及建議如何根除。報告將例子按性質歸納為 12 個類別，於附件一列出。

不公平條款的例子

- 意圖卸除或局限供應商因其作為或疏忽，導致消費者受傷所引起的法律責任的條款，這明顯違反《管制免責條款條例》。
- 當合約引起爭議時給予供應商最終決定權，企圖剝削消費者把爭議交由法院處理的權利。
- 企圖限制消費者的基本法律權益，不容許他們向媒體或相關機構投訴，或以法律途徑尋求賠償。

報告闡述如何草擬公平的消費合約，並附以一系列指引和以美容業作對象的合約範本。報告涵蓋的不公平條款，反映消費者對香港一些行業營商手法的關注。在合約中使用不必要、嚴苛和累贅的用語，對業界並無長遠利益。

冷靜期

冷靜期的安排亦可顯示營商者履行誠信和公平原則，消委會認為，在涉及長期財務承擔，或相當款額的固定期限合約和

預繳式合約內，提供冷靜期是非常重要的，可平衡消費者權益保障及經營效率，報告建議冷靜期可定為七個工作天，而消費者在冷靜期內取消合約的話，供應商可收取行政費（上限應為合約價格的 7% 或港幣 1,000 元，以較少者為準），並以真誠估值計算。

消委會相信，報告的指引和範本合同，可讓業界檢視其使用中的消費者合約，確保在交易中完全遵守公平、誠信及誠實的原則，公平對待消費者。

附件一

標準格式消費合約中不公平條款的例子：

- 1、涉及單方面修改合約的條款
 - 供應商有權單方面修改合約條款，而合約並沒有說明任何有效的原因
 - 單方面轉換產品的權利
 - 供應商以其認為合適的方法通知合約的變更
- 2、免除或限制消費者和業者間互負債權債務時，消費者可主張抵銷之權利。
- 3、無論任何情況，當消費者提早取消合約，供應商均可獲「賠償」的權利的條款
- 4、不合理的免責條款
 - 過於廣泛及概括的免責條款
 - 免除或限制業者因其作為或疏忽，導致消費者受傷所引起的法律責任的條款
- 5、非必要及不合理終止合約手續的條款
- 6、供應商對合約引起的爭議保留最終決定權條款
- 7、全部協議條款
- 8、合約終止費或罰款的條款

- 9、不予退款的條款
- 10、不合理地限制消費者法律權益的條款
- 11、自動續約條款
- 12、閱讀及明白聲明

訊息來源：http://www.consumer.org.hk/website/ws_chi/news/press_releases/2012040301.html

5. 香港消費者委員會—對於保險業界的一些不當銷售行為表示關注（15/03/2012）

香港消費者委員會（消委會）發布新聞稿，呼籲消費者注意保險業界的一些不當銷售行為，特別是消費者常在不了解保單內容或遭誤導的情況下簽署保單。尤其是一些具投資或儲蓄成分的人壽保險產品，因事涉大額的金錢及長期投資，此類保險產品的投訴，在消費者投訴保險服務的個案當中高居首位。在 2010 及 2011 年，該會分別接獲 108 宗及 115 宗，其中近半數均與保險公司業務員之銷售手法有關。

有投訴人向消委會反映，保單內容及利益回報與保險行銷人最初承諾相差甚遠；也有消費者申訴購買有關保險計畫時，保險行銷人並未提供詳情；也有長者及退休人士在不甚理解保險計畫下被游說簽下長期保單。消費者在投保時若未有提供準確資料，其保單可能會失效並喪失應有保障。

個案一

76 歲的李婆婆到銀行為外幣定期存款續期時，被銀行職員推銷購買一份 5 年期、保費共港幣 25 萬元的儲蓄壽險。根據

保單，李婆婆要待十年後，即 86 歲時才可以領回本金及部分紅利。李婆婆家人其後向消委會投訴，認為保險公司誤導既年老且是文盲，又無供款能力的長者簽下保單，其家人要求公司取消保單及取回已繳保費。此外，其家人亦不滿李婆婆於投保書健康狀況欄中被報稱全無疾病，但她其實患有十多年肝病及腎病，這種不實陳述可能令保單失效。銀行回覆否認誤導，並稱李婆婆已簽署相關文件，表示明白保單中所載資料，加上保險公司已提供冷靜期，故此不接納李婆婆要求取消保單的申請。

個案二

61 歲的陳太太準備退休時，經保險公司代理推介一份繳款期 30 個月、月繳港幣 4 萬多元的投資相連壽險。繳款期滿後，陳太太想取回投資本利時，卻被告知她所買的實為 20 年期，總投資額高達港幣 1,000 萬元的計畫。陳太太感覺被誤導，指計畫與最初希望作短線投資、留待 65 歲退休後享用的原意相違背。陳太太於是向消委會投訴，並同時向保險業監理處及保險代理登記委員會投訴。保險公司最後回覆，同意取消相關保險合約，並退回陳太太所繳保費。

個案三

黃先生於 2006 及 2007 年，經由保險公司購買共港幣 110 萬元繳款人壽保險計畫，原因是當時銀行定期存款只有 4% 年利率，而該保險計畫則提供 5.7% 年利率的回報，當中 1.95% 保證定期利息，另外 3.75% 為增長紅利。保險代理推銷時指稱，2003 年香港經濟最低潮時，增長紅利也有 3%，令黃先生對計畫非常有信心。但 2008 年底，黃先生接到保險公司通知，將

定期利息及增長紅利大幅調低至只有 0.5% 及 1.5%，並告知定期利息及增長紅利皆非保證。

黃先生認為遭誤導，因宣傳單張及銷售文件中只註明增長紅利屬非保證，卻沒提及定期利息也是非保證。消委會接獲黃先生投訴後，發信予保險公司，表達關注其銷售刊物內容中就定期利息及增長紅利採用不一致的表達方式，易令消費者誤解。保險公司回信稱，銷售刊物的相關資料及備註已闡明保險公司擁有利率的最終決定權，但承諾記錄消委會的建議以作日後銷售刊物的參考。

訊息來源：http://www.consumer.org.hk/website/ws_chi/news/press_releases/p42503.html

6. 韓國消費者院（Korea Consumer Agency, KCA）—消費者應小心辨識健康食品廣告（28/03/2012）

該院最近就網路及報紙之健康食品廣告進行調查，發現部分宣稱具有健康及保健功能的一般食品為不實廣告，其治療及預防疾病的功效也大有疑問。調查結果如下表：

	媒體	產品數量	不實廣告數	%
一般食品宣稱健康食品	網路	506	39	7.7
	報紙	25	10	40.0
	合計	531	49	9.2

另就健康食品廣告進行調查，只有 5 件（1.6%）涉及不實廣告，不合格率較低的原因，或許與健康食品法（Law for Health Functional Foods）規定，廣告與標示採預審制度有關。然而，依韓國食品衛生管理法（Food Sanitation Law）規定，預審制度並不適用於一般食品之廣告，除非是特殊用途食品（如嬰兒及懷孕婦女食品）。此外，依現行法規，並不禁止一般食品使用諸如促進健康、改善體質或飲食療法等模糊字眼表示。

不實廣告也可能造成消費者食用之後產生副作用，該局消費傷害資訊系統（CISS）亦持續監視相關傷害案件。依據 CISS 系統中與健康產品有關之傷害案件數量統計，2009 年至 2011 年案件數量分別為：298、368、543 件。

該院建議：（1）關於一般食品健康效用的廣告及標示管理必須提昇；（2）對健康及一般食品的標示，應採行更嚴格的管理綱領；（3）加強對不實廣告或促銷之業者之處罰。

訊息來源：http://www.kca.go.kr/front/english/news_01_view.jsp?no=186

7. 韓國消費者院（Korea Consumer Agency, KCA）—與巴西消費者保護處簽署備忘錄（01/04/2012）

該院與巴西法務部消費者保護處於 3 月 26 日簽署備忘錄，目的在於促進兩國消保資訊分享及消費申訴資料之交換，以作為兩國跨境爭議處理之基礎。

此外，依據該備忘錄，雙方將就消保法令及體制、對企業及消費者之教育宣導資料、產品下架回收及重要消費議題（如汽車、手機）等資訊進行交換。

除與巴西消保機關簽訂備忘錄外，該院已於 2005 年 11 月與智利國家消保局（SERNAC）簽訂備忘錄，並與 SERNAC 積極進行南美洲之消保合作計畫。

訊息來源：http://www.kca.go.kr/front/english/news_01_view.jsp?no=187

8. 美國聯邦交易委員會（Federal Trade Commission, FTC）—在九個州秘密調查殯葬業者是否符合消費者保護法（18/04/2012）

依 FTC 殯葬管理規定，殯葬業者必須事先提供價目表給消費者參考。然而，FTC 2011 年於全美 9 個州調查 102 家殯葬業者，仍有 23 家明顯違反消費者保護規定。

FTC 係於 1984 年公布殯葬指引（Funerals: A Consumer Guide），就殯葬服務之相關消費權益作規範。主要條文規定，殯葬業者必須列出收費明細表及親自說明各項安排，並於消費者挑選靈柩前，事先提出價目表。該項規定同時亦禁止業者強迫消費者購買靈柩，以作為獲得任何其他葬禮商品或服務的條件。藉由該指引，消費者可以比較價格，並挑選需要的商品與服務。

殯葬業者若嚴重違反相關規定，可參加為期 3 年的「違反殯葬規則訓練計畫（Funeral Rule Offenders Program, FROP）」，以避免 FTC 對法院提起訴訟或按每一個案 16,000 美元之民事處罰。FROP 係由全國殯葬協會主辦，課程內容包括法規概要、價格揭露、持續培訓、測試以及業者是否確實遵守相關規範之後續監視作業。此外，參與該計畫的業者必須自願支付一筆款

項予美國財政部以代替民事罰款，並支付殯葬協會的年度行政費用。

2011 年調查結果如下：

- 印第安納州調查 12 家，其中 1 家業者嚴重違規；
- 夏威夷調查 4 家，其中 1 家嚴重違規；
- 紐約市、康乃狄克州和紐澤西州地區調查 22 家，1 家嚴重違規；
- 俄亥俄州調查 16 家，4 家嚴重違規；
- 南卡羅來納州調查 10 家，5 家嚴重違規；
- 德州調查 19 家，4 家嚴重違規；
- 維吉尼亞州調查 19 家，8 家違規。

除上開嚴重違規業者外，另有 33 家業者情節較輕微，FTC 已通知業者進行改善並回報相關佐證資料。FROP 計畫自 1996 年開辦，FTC 已調查 2,500 家業者，總計約 400 家業者嚴重違規。

訊息來源：<http://www.ftc.gov/opa/2012/04/funeral.shtml>

9. 英國公平交易局 (Office of Fair Trading, OFT) — 年度工作重點為協助消費者及促進經濟成長 (22/03/2012)

該局於 3 月 22 日公布 2012/13 年度計畫，施政方向為協助消費者及促進經濟成長。工作重點有 3 個面向：加強執法；透過倡議及指引影響市場；建構完善之機關職能。優先工作項目包括 5 個跨領域議題：

- 就弱勢消費者所面臨之問題，無論是因當前經濟不景氣或他們個人因素所造成者，都必須確實回應。
- 建立消費者對網路購物市場的信心，因為網路購物兼具促進經濟成長及消費者容易受害的特性。
- 支持智慧財產權及高度創新市場，確保透明及公平的企業規範在快速變遷的市場中持續運作。
- 標價不當為影響消費者選擇權的一大障礙，應就任何不利企業競爭、繁複的定價方式、或以消費者無法預期的不當行為等進行查處。
- 與其他政府機關及公部門積極合作，促進公眾服務的品質。

OFT 主席 Philip Collins 表示，在目前經濟不佳的環境中，解決消費者問題及健全市場是促進經濟繁榮的重要策略。OFT 將於來年針對弱勢消費者及經濟成長持續加強業務執行，以及加強員工職能之強化，以因應未來數年之經濟環境。

訊息來源：<http://www.ofc.gov.uk/news-and-updates/press/2012/2>

2-12